

# 分析医院品牌建设理论与实践

刘畅

黑龙江省医院 黑龙江 哈尔滨 150036

**摘要:** 医院是受社会舆论广泛关注的特殊服务行业, 医院的医疗质量和服务是关注的焦点, 也是医院发展的精髓所在。随着经济不断快速发展, 医疗市场竞争越来越激烈, 医院要不断提高自己的市场占有率, 同时实现经济效益的有效增长, 就必须树立良好的品牌形象, 这对医院的生存和发展具有非常重要的作用。医院要在实践中, 不断建立品牌、发展品牌, 这样不仅能满足患者提出的个性化需求, 创造有价值的特色服务, 而且通过医院自身的品牌的效应充分发挥, 为提升医院的市场占有率提供有效保证。

**关键词:** 医院品牌; 建设理论; 实践应用

## 引言

医疗服务有其特殊性, 主要表现在服务主体需求的特殊性、服务的复杂性、供需双方的信息不对等性、服务的公益性等因素, 其品牌的战略与营销不同于实体产品。随着医疗技术的日趋成熟及普及, 许多同等级的医院在技术、设备、价格等方面日益趋同, 很容易被竞争对手模仿, 难以形成核心竞争力<sup>[1]</sup>。为此, 树立医院品牌, 提高医院的品牌营销能力, 发挥医院的品牌效应, 则更利于提高医院整体形象, 有利于提高医院的市场竞争力。

## 1 医院品牌建设的作用

### 1.1 提高医院服务质量和形象

医院在正常运营和管理过程中, 品牌代表了医院资深的形象。品牌在某种程度上可以被看作是具有较高的技术和服务质量内涵的集合, 同时也是对医院市场价值进行评估时的重要系数依据, 更是医院在参与市场竞争过程中的重要资本。医院在整个市场竞争环境中, 要实现稳定可持续发展, 就必须要有自己的品牌, 要对自己品牌的声誉、形象等进行维护, 同时还要保证高质量的医疗服务。在对医院品牌进行建设时, 必须保证医院内部医疗技术水平、服务质量的不断提升, 这与医院良好形象的树立和发展具有相辅相成的作用。

### 1.2 增强医院的竞争力, 提升医院的经济效益

随着目前医疗市场的日益发展, 医院品牌的创新管理具有一定的必要性和挑战性。一方面, 从医改的角度而言, 由于分级诊疗政策和医保政策的引导, 导致三级医院越来越需要依靠自身的技术和服务能力来实现自我发展。另一方面, 从市场的角度上来看, 医疗服务已经呈现多元化的趋势<sup>[2]</sup>, 随着各类民营医疗机构的不断涌现和各级公立医院的不断发展, 市场在医疗卫生资源配置中也进一步发挥作用, 竞争日趋激烈。在这样的背景之下, 医院品牌管理创新能够有效的增强医院的竞争力, 提升医院的经济效益。

## 2 医院品牌建设应用实践路径

### 2.1 树立相应的品牌观念, 加强对品牌管理的重视

医院的品牌管理工作要取得成效, 就要先从自身的内部管理着手, 主要表现在以下几个方面: 第一, 提高对品牌管理工作的重视程度, 一项工作要推进并取得卓有成效的成绩, 首先要在思想上高度重视, 医院领导及管理人员要树立起品牌的意识, 加大对品牌建设工作的支持和投入力度。第二, 进行相应的医院组织结构的管理创新, 积极做好各个部门之间的协调配合, 各个部门各司其职, 分工明确, 能够有效推动医院品牌管理, 加快品牌发展速度。第三, 培养职工建立品牌观念。品牌的建设是一项长期的、系统性的工程, 在医院的品牌建设过程中, 无论是品建的硬件配置, 还是医疗技术水平、医疗护理质量、服务能力和服务态度等软件建设上, 每一个环节都可以成为品牌建设的亮点<sup>[4]</sup>, 医院内部职工直接接触患者, 他们的工作质量和服务质量, 直接关系到患者对医院品牌的印象和态度。因此, 在医院的品牌建设过程中, 要加强对职工品牌意识的培养和业务水平的提升。第四, 加强医疗质量管理。质量在某种程度上可以被看作是医院品牌建设的基础, 同时也是实现品牌可以长期存在, 并能够保持可持续发展的生命源泉。医院品牌的建设, 传递给大众的第一感觉就是该医院的医疗服务质量比较高, 医疗服务的质量能够直接对患者的心态产生影响。在实践中, 要提高诊疗行为的综合效果<sup>[5]</sup>, 对基础质量管理要提高重视力度, 加强对基础环节的质量把控, 同时还要构建和落实符合实际要求的终端质量反馈机制。第五, 加强学科建设, 在科学建设过程中, 必须要对重点学科给予强烈的支持, 同时还要重视一些新兴学科的发展, 对其起到良好的推动作用。第六, 强化人力资源管理。在对医院内部人才进行培养时, 要将临床人才培养放在首要位置, 对现有的人力资源管理机制进行不断完善和优化。这样不仅能够保证优秀人才选拔的质量, 保证优秀人才不流失, 而且还能够满足医院品牌建设过

程中提出的一系列要求。

## 2.2 加强医院的文化建设,提升品牌的文化底蕴

品牌的发展需要文化的建设作为支撑,医院可以通过增设“文化墙”、“文化长廊”等形式进行相应的文化宣传,将医院内部的优秀职工、技术能手、服务之星、劳动模范等进行展示和宣传,不仅能够提升医院内部职工“追学赶超”的进步意识,而且可以作为重要的文化软实力,进一步提升医院的综合竞争力。医院的橱窗、电子屏、展板等都是良好的宣传载体。通过加强医院的文化建设,不仅能够提升品牌的文化底蕴,而且能有效促进医院积极向上、服务至上的氛围的建立<sup>[6]</sup>,对于提升医院的竞争力具有重要意义。新媒体的出现,为医院文化建设增添了新的模式,对于宣传品牌、扩大品牌影响力提供了前所未有的机遇和渠道。例如,在新冠疫情期间,医院可以将积极投身一线的职工的感人事迹制作成相应的纪录片或微电影,或者是将医院的医务工作者的日常工作、医院先进的医疗设备、优质的医疗服务等拍摄成纪录片,既投入的成本不大,又能达到了品牌宣传的效果。

## 2.3 提升优质服务水平

优质服务对于医院的整个运营和发展而言,具有非常重要的影响和作用,不仅是医院品牌建设和宣传过程中的重要内容,也是维护医院形象的重要标志。医院要通过对技术领域的不断探索、优质服务项目的引进,实现竞争的差异化,进而不断提升品牌内涵。所以要对医院品牌的建设和发展,就必须要保证品牌各方面能力和水平的有效提升。要时刻牢记树立服务意识、诚信意识的重要性,对现有的服务理念、服务模式等进行创新和优化,这样才能在群众心中建立起良好形象,获得信任,也只有这样,才能实现医院自身经

济效益的有效提升,同时带动社会效益的增长<sup>[7]</sup>。现代医院在运营和发展过程中,大多数情况下都是将病人的基本需求作为导向,将以病人为中心的理念作为服务的基本原则,所以品牌要从多个方面和角度,体现出以病人为中心的基本服务理念,为患者提供个性化的服务。这样不仅能让患者及家属对医院留下深刻的影响,而且还能够促使医院自身的公信力得到有效提升。在实践中,还要保证服务标准的不断提升,及时转变医护人员的思想意识,及时创新服务内容,对患者以及家属的需求要清晰明了,对患者的情绪和心理变化等给予一定的关心和疏导,不仅与患者间建立起良好的情感关系,而且通过这种情感关系,可以让患者对医院有更加深厚的信赖感和依赖感,这对医院的品牌建设、发展具有非常重要的作用。

## 3 结束语

近几年来,随着我国医疗卫生事业不断深化改革和创新,对新时代背景下的医院管理提出了更高的要求。医院必须要正确认识和了解医疗领域现状,明确自身定位,结合优势不断精益求精,做到“人无我有,人有我精”,通过实施差异化战略、改革创新,增强品牌的独特性,不断加强医院凝聚力,提升整体管理和服务水平,使医院综合实力进一步提升。所以对于现代医院品牌的建设与管理,医院的领导者和品牌的管理者要从多个环节和维度出发,经常调研和思考医疗市场变化及医疗领域新技术的发展创新,这样才能够保证品牌之树的常青。综上所述,医院品牌作为宝贵的无形资产、竞争战略的重要组成部分,早已成为医院整体发展的源动力,为此应该得到高度重视,这对于提高医院竞争力、实现可持续发展具有重要的战略性意义和影响。

## 参考文献:

- [1]王家寿,季建清,罗冬梅,刘景丰.新时代下加强专科医院品牌建设的探索与实践[J].当代医学,2020,26(04).
- [2]刘玲.医院品牌建设的思考[J].中医药管理杂志,2019,27(2):4-5.
- 王然.浅析新形势下宣传助推医院文化品牌建设[J].现代营销(经营版),2019(06).
- [3]李琳,尹芳.对现代医院管理中的文化建设与绩效管理的思考[J].卫生软科学,2018,32(10):36-38+45.
- [4]王建敏,花蕾,张国君.医院品牌建设六个维度实践与思考[J].中国医院,2018,22(11):76-78.
- [5]丁燕飞.医院品牌建设与形象传播——浅谈行政临床多科室融合性创新宣传[J].新闻前哨,2019(10).
- [6]谢艳玲,陈孟利,杨思进.医院视觉识别系统对医院品牌建设的作用探析[J].经营管理者,2019(09).

本文系黑龙江卫生健康委科研课题《现代化医院品牌建设发展研究与管理》(课题编号2020-259)阶段性研究成果。

作者简介:刘畅,女,汉族,1977年,黑龙江黑河,高级经济师,硕士研究生,研究方向:医院党建及经济。